

Научная статья

Original article

УДК 332.33

doi: 10.55186/2413046X\_2023\_8\_10\_508

**МЕСТО И РОЛЬ КОГНИТИВНЫХ ИСКАЖЕНИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР**

**THE PLACE AND ROLE OF COGNITIVE DISTORTIONS IN THE DIGITAL ECONOMY: A THEORETICAL REVIEW**



**Лоскутов Даниил Максимович**, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), Санкт-Петербург, почта: [dmloskutov@edu.hse.ru](mailto:dmloskutov@edu.hse.ru)

**Сторчевой Максим Анатольевич**, доцент, кандидат экономических наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), Санкт-Петербург, почта: [mstorchevoy@hse.ru](mailto:mstorchevoy@hse.ru)

**Loskutov Daniil Maximovich**, National Research University "Higher School of Economics" (HSE), St. Petersburg, mail: [dmloskutov@edu.hse.ru](mailto:dmloskutov@edu.hse.ru)

**Storchevoy Maxim Anatolyevich**, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, National Research University "Higher School of Economics" (HSE), St. Petersburg, mail: [mstorchevoy@hse.ru](mailto:mstorchevoy@hse.ru)

**Аннотация.** Научная статья посвящена изучению места и роли когнитивных искажений в цифровой экономике и их влиянию на поведение индивида. Целью научной статьи является систематизация знаний о когнитивных искажениях как феномене мыслительной деятельности человека и определении их места и роли в цифровой экономике. *Научной новизной* публикации является систематизация отечественного и зарубежного опыта изучения феномена когнитивных искажений через призму их влияния на экономическую модель поведения индивида и особенностями их прояв-

ления в условиях становления цифровой экономики. Основным результатом научной публикации является функционально-видовая классификация когнитивных искажений и их последующая детализированная характеристика в увязке с важнейшими особенностями формирования и становления цифровой экономики. В разделе «обсуждение» авторами даны краткие рекомендации по управлению такими искажениями и нивелированию (по возможности) их негативного влияния на социально-экономические отношения. Планируется для конкретизации механизмов и инструментов управления когнитивными искажениями видовая детализация в привязке к организационным, регуляторным и корпоративным особенностям культуры внутри отрасли и конкретного бизнеса.

**Abstract.** The scientific article is devoted to the study of the place and role of cognitive distortions in the digital economy and their impact on individual behavior. The purpose of the scientific article is to systematize knowledge about cognitive distortions as a phenomenon of human thought activity and to determine their place and role in the digital economy. The scientific novelty of the publication is the systematization of domestic and foreign experience of studying the phenomenon of cognitive distortions through the prism of their influence on the economic model of individual behavior and the peculiarities of their manifestation in the conditions of the digital economy. The main result of the scientific publication is a functional-species classification of cognitive distortions and their subsequent detailed characterization in connection with the most important features of the formation and establishment of the digital economy. In the "discussion" section, the authors give brief recommendations for managing such distortions and leveling (if possible) their negative impact on socio-economic relations. It is planned to specify the mechanisms and tools for managing cognitive distortions in the context of organizational, regulatory and corporate peculiarities of culture within the industry and a particular business.

**Ключевые слова:** когнитивные искажения, цифровая экономика, поведенческие паттерны, решения, манипулирование, эмпатия, десоциализация

**Keywords:** cognitive distortions, digital economy, behavioral patterns, decisions, manipulation, empathy, desocialization

**Введение.** Принятие решений индивидом в идеальном виде состоит из двух фаз: рационального (логическое мышление) и эмоционального (чувственное восприятие реальности), при этом рациональная фаза должна безусловно доминировать в этом процессе. Однако в некоторых сферах жизнедеятельности, например, искусство, индустрия моды и развлечений стоит несколько иная задача: «отключить» рациональную составляющую, оставив только эмоциональную, чтобы индивид мог «прожить» те идеи и ценности, которые ему преподносятся.

Несмотря на первый взгляд безобидность таких действий (речь идет именно о развитии эмпатии, воображения, умения анализировать абстрактные, нематериальные сущности), идея о влиянии на иррациональную составляющую мышления стала стремительно набирать популярность в сугубо коммерческих видах деятельности для оказания манипулятивного воздействия на процесс принятия решения их клиентами. И несмотря на то, что история таких «эмоциональных ловушек» известна со времен Аристотеля, поистине планетарный масштаб их применения связан как раз с переходом человечества к цифровой экономике, основой функционирования которой является информация и связанные с ней процессы формирования, передачи, трансляции, воздействия и хранения данных.

*Целью научного исследования* является систематизация знаний о когнитивных искажениях как феномене мыслительной деятельности человека и определении их места и роли в цифровой экономике. *Объектом научной публикации* выступают когнитивные искажения мышления индивида, *предметом* – влияние когнитивных искажений на экономическую модель поведения индивида. *Научной новизной* публикации является систематизация отечественного и зарубежного опыта изучения феномена когнитивных искажений через призму их влияния на экономическую модель поведения индивида и особенностями их проявления в условиях становления цифровой экономики.

**Обзор литературы и исследований.** Теоретической базой научной публикации являются научные (академические) исследования отечественных и зарубежных ученых вопроса возникновения когнитивных искажений и вызываемых ими эффектов, которые отражаются на экономическом поведении индивидов. По результатам

критического обзора научной литературы было установлено, что основоположниками понятия «когнитивные искажения» (в оригинале – «когнитивные ошибки») принадлежит *Д. Канеману* и *А. Тверски*, которые определяли его как «систематические ошибки в мышлении или шаблонные отклонения, которые возникают на основе дисфункциональных убеждений» [1, С. 71]. Под их авторством же появилась и теория, объясняющая феномен их возникновения: в неопределенных ситуациях, когда невозможно (нет времени) сформировать рациональный ход поведения в той или иной ситуации, индивид руководствуется интуицией (а это особая форма эмоциональной репрезентации ситуации), т.е. действует иррационально.

Среди отечественных ученых авторами особо отмечаются работа *А. Курпатова*, который трактует понятие «искажений» как превалирующее влияние эмоций на принятие решений индивидом, при этом эмоции могут быть вызваны искусственно (с конкретной целью) или стать следствием внешней среды, в которой находится индивид [2].

Данный тезис развернуто и аргументированно описан в работе *Ф. Кушмана* (F.Cushman), которые выделили основные причины возникновения искажений, порожденные внешней средой:

1) переизбыток информации – мозг человека устроен таким образом, чтобы минимизировать затраты энергии на мышление, и в случае излишней информации эмоциональное принятие решений является «защитным реле»;

2) сложность понимания мира – по мере возрастания динамичности развития растет сложность мироустройства, и мозг идет по пути «достраивания картины мира» на основе накопленного ранее опыта, а также имеющихся в обществе стереотипов (так, например, появилось достаточное устойчивое заблуждение о том, что в «СССР секса нет»);

3) необходимость быстрого реагирования – по мере ускорения научно-технического развития меняется и скорость жизни, а, значит, требование ускоряться в процессах принятия решений закономерно и естественно;

4) якорная стратегия выбора информации для запоминания – рост объема информации с одновременной ограниченностью памяти человека (по данным исследо-

ваний, это 1000 терабайт) приводит к запоминанию наиболее ярких, эмотивных образов, оставляя за кадром сложную, требующую аналитической обработки информацию [3; 4].

После появления теории экологической рациональности *Д. Голдстейна* и *Г. Гигеренцера*, феномен «когнитивных заблуждений» стал интересен не только психологам и другим представителям медицинской науки, но и бизнесу, который стал рассматривать когнитивные заблуждения как инструмент реализации коммерческих интересов [5]. По мнению авторов теории экологической рациональности, «заблуждения» – это неотъемлемая составляющая практического поведения человека во взаимодействии трех основных составляющих: мотивации, информации и средств достижения поставленной цели.

На сегодняшний день в научном мире существуют разные классификации когнитивных искажений, однако, по мнению авторов, наиболее полно и точно отражает содержание функциональный подход (таблица 1).

**Таблица 1. Функциональная классификация когнитивных искажений**

Функциональный признак	Группа когнитивных искажений / краткая характеристика
1. Риск	– неприятие риска (нежелание индивида попытаться понять ситуацию, содержащую риск, с точки зрения выгод и потерь, замещаемое уходом из такой ситуации); – эффект псевдоуверенности (переоценка своих способностей и компетенций, которая приводит к игнорированию опасностей и излишней авантюристности)
2. Рациональность	– осознание после покупки (рациональный анализ совершенных действий постфактум); – эффект массового увлечения (подражание индивида толпе)
3. Информация	– эвристика доступности (событие кажется нам распространённым и вероятным, если на ум пришёл похожий случай); – поведенческий стигматизм (самоубеждение индивида в своей правоте и следование исключительно своей логике действий); – якорение (эмоциональная зависимость индивида от некоторого события в прошлом, которое влияет сейчас на поведение и мышление, например, негативный опыт, стресс и т.п.)
4. Время	– самозаблуждения при планировании (индивид переоценивает или недооценивает фактор времени ввиду субъективности оценки скорости его течения); – ошибка игрока (ошибочное понимание случайных событий и придание им излишней значимости для принимаемых решений)
5. Нормы и правила, неформальные обычаи	– ошибка авторитета (доверие индивида к другому, построенному на вере в его авторитет, а также элемент неформальных обычаев, например, принятие на веру сведений от руководства, родителей и т.п.); – эффект морального доверия (склонность приписывать индивиду/экономическому институту определенные характеристики и качества, которые в будущем могут не оправдаться)

Примечание. Источник: [6; 7].

Ключевым объектом научной дискуссии, которая прослеживается при изучении научной литературы, является вопрос доказательности факта влияния неэкономических компонентов на поведение индивида, т.к. вплоть до конца XX века в научных кругах доминировала неоклассическая экономическая теория и созданная ею модель рационального выбора, рассматривающая человека со строго упорядоченным набором предпочтений, располагающим полной информацией, способного просчитать выгоды и издержки принимаемых им решений.

Однако смена парадигмы экономического мышления на рубеже XX-XXI веков поставили вопрос не только о необходимости учета «иррациональной» составляющей процесса принятия решения, но и ее качественной оценки для дальнейшего управления как поведением потребителя, так и создаваемой бизнесом экономической ценностью, и к 2014 г. феномен «когнитивных искажений» окончательно оформился в самостоятельную управленческую дефиницию, участвующую в обеспечении конкурентоспособности компаний и формировании их деловой репутации.

**Методы.** Подготовка научной публикации осуществлялась с использованием общенаучных (наблюдение, сравнение, анализ и синтез, метод логического рассуждения) и специальных (абстрагирование, формализация, синтез, дедукция) методов. Обоснованность и достоверность результатов научного исследования обеспечивается корректностью и строгостью построения логики и схемы исследования, а также использованием исключительно верифицированных интернет-источников, посвященных вопросам формирования и развития цифровой экономики и экономического поведения индивида.

**Результаты.** Для объективного и беспристрастного понимания места и роли когнитивных искажений в парадигме цифровой экономике, авторами были рассмотрены фундаментальные особенности ее формирования и функционирования. Так, основываясь на научных исследованиях *И.В. Тарасова, В.В. Иванова, Г.Г. Малинецкого*, было установлено, что в цифровой экономике проявление когнитивных заблуждений связано со следующими особенностями ее функционирования (они одновременно генерируют и определяют их место и роль) [8; 9]:

*– трансформация информации в самостоятельный товар, который торгуется наравне с физическими благами* – акцент парадигмы на информацию (знания, компетенции, квалификацию, эмпатию) как первоисточника для формирования добавленной экономической ценности продукта (сервиса) предлагает бизнесу широкие возможности для использования таких маркетинговых инструментов, как брендинг, контент-маркетинг (блог), таргетированная реклама, лид-магнит в «привязывании» клиента к бизнесу и оперирования его поведенческими паттернами на основе эмоций.

В данном случае мы наблюдаем сразу несколько когнитивных искажений: поведенческий стигматизм (индивид под влиянием персонализированной рекламы убеждает себя в правильности своего выбора) и подкрепляет это эффектом якорения (в сознании индивида формируется отсылка к некоторому приятному опыту взаимодействия с данным поставщиком товара или услуги).

Примером такой практики является формирование компаниями цифрового бренда, когда продукты или услуги компании не просто продаются клиентам, но собирается обратная связь об опыте их использования, и эти данные (речь, конечно, о преимущественно положительных отзывах) транслируются бизнесом в информационном пространстве как догмы, направленные на установления безусловного доверия репутации и авторитету бизнеса [10];

*– глубокая персонализация потребительской ценности товара (услуги), которая происходит из индивидуального диалога продавца и покупателя, протекающего в информационном поле соответствующей инфраструктуры* (личный кабинет, социальные сети, маркетплейсы, таргетированная реклама и т.п.) – практически любой бизнес, работающий в поле цифровой экономики, признает важность установления долгосрочных дружеских отношений со своими клиентами, и хотя, такая идея была на протяжении всей истории человечества, именно с приходом к цифровому обществу, ее воплощение стало максимально простым и доступным: сегодня благодаря носимым гаджетам, бизнес собирает огромное количество данных об образе жизни клиента (LSR, или Life-style research – с англ. «исследование стиля жизни»), которые затем трансформируются маркетологами в ненавязчивое, но постоянное, невидимое

присутствие рядом с ним, что в конечном счете формирует эмоциональную привязанность и доверие, а, значит обеспечивает лояльность клиента к бизнесу.

Примером такого рода воздействия является разработка электронных сигарет (вейпов), которые позиционируются производителем как инструмент для нивелирования зависимости курильщика от табака и его перевода на «безвредный аналог», но по своей сути, этот продукт также несет в себе множество малоизученных рисков, которые маскируются миссией бизнеса через т.н. «заботу о здоровье», кроме этого, собирая через специальное приложение личные данные о курильщике.

Вторым примером является развитие секс-индустрии в части популяризации секс-роботов, которые максимально отождествляются с реальным человеком и могут вызывать у пользователя не только ложные чувства, но и зависимость к машине, не говоря уже о полном разрушении приватности интимной жизни индивида [11]. Итогом такого взаимодействия вполне может стать десоциализация индивида и сублимация нормальных отношений на человеко-машинные;

– *формирование бесшовных связей между бизнесом и клиентом через цифровую инфраструктуру и постепенное внедрение в сознание индивида идеи партнерства бизнеса и общества* – переход человечества к цифровой экономике является не только позитивным сдвигом, обусловленный научно-техническим прогрессом, но и осознанием бизнесом необходимости глубокой трансформации своего взаимодействия с обществом с модели сторон на модель заботы о будущем, что обусловлено обострением глобальных экологических проблем и реальными рисками краха привычного мироустройства. Инициация бизнесом модели ответственного поведения через соблюдение ESG-принципов (экология, общество, управление) сформировало пространство для создания когнитивных искажений, имеющих природу асимметричности информации для стейкхолдеров, которые используются бизнесом в коммерческих целях.

Ярким примером является практика применения гринвошинга в целях получения налоговых льгот и иных преференций от государства, финансовых институтов путем введения в заблуждение заинтересованных лиц об истинных мотивах и целях



использования принципов ESG, например, скрытый компромисс, эффект расплывчатости, эффект поклонения ложным ярлыкам [12].

– *экспоненциальное развитие информационных технологий и тотальное проникновение гаджетов в жизнь индивидов сформировал новый деструктивный институт социальной инженерии* – по мере развития цифровой экономики и трансформации каналов коммуникации бизнеса и клиентов из физических в виртуальные изменяются и подходы к организации и совершению мошеннических операций, и одной из ярких трендов второго десятилетия XXI века является использование различных психологических манипуляций и уловок, направленных на завладение управлением над компьютерами (иными гаджетами), содержащихся на них сведений, а также использовании их для дальнейших противоправных действий. Важно понимать, что в основе когнитивных искажений, создаваемой социальной инженерией, лежат идея эксплуатации доверия, человеческой невнимательности и слабости.

Например, в России мошенники активно используют существующий страх граждан перед правоохранительными органами с целью убедить их совершить некоторые действия, вторым моментом является использование недостаточной финансовой грамотности населения для навязывания им финансовых услуг или прямых мошеннических действий с их личными финансами (фишинг, вишинг, байтинг) [13];

– *активное циркулирование идеи «человека-функции» в условиях нарастания степени присутствия умных гаджетов (роботов) и постоянной информационной перегрузки индивида* – по мере усиления инкорпорации цифровых технологий в повседневную жизнь индивидов, начинается мощный процесс деградации и разрушения физических социальных связей между людьми, который постепенно приводит к утилитарной оценке другого человека как функционального партнера, способного решать определенные задачи или удовлетворять некоторые запросы, т.е. происходит «затмение» индивидуальности, особенностей характера и поведения, если это не связано с реализацией им возложенных функций.

Примером такого влияния может быть активное внедрение в гражданский оборот роботов, которые необходимы для решения различных бытовых задач. Так,

по мнению специалиста в области робоэтики, профессор Ноэль Шарки обозначил следующие когнитивные искажения у человека, вызванные постоянным присутствием роботов:

1) постепенная деградация навыков общения и социальных связей – люди (особенности дети), окруженные умными машинами, могут вполне стать «маугли каменных джунглей», не умеющих строить коммуникации с не-машинами;

2) риски эмоциональной привязанности к роботам – современные роботы все больше и больше «очеловечиваются» своими разработчиками, а, значит, у людей постепенно будут стираться различия между реальными людьми и машинами (на сегодняшний день, некоторые компьютеры уже успешно проходят тест Тьюринга, вводя в заблуждение своего собеседника – человека, который считает, что общается с другим себе подобным;

3) опасность обмана со стороны роботов – в настоящее время военные роботы, построенные на основе самообучающейся нейросети способны действительно обманывать своего противника и выполнять сложные задачи в военно-полевых условиях, однако существует реальная опасность трансляции такого опыта на гражданские машины, и те уже смогут использовать навыки обмана для достижения своих целей [14].

**Обсуждение.** Авторами научной публикации рассмотрены наиболее значимые виды когнитивных искажений, которые реально влияют на поведение человека в цифровой экономике, кроме этого, некоторые из них являются ее прямым следствием. Исходя из цели статьи – систематизировать знания о наиболее существенных когнитивных искажениях, – можно отметить ее выполнение в полном объеме.

Что же касается управления феноменом когнитивных искажений, здесь следует отметить важность действующей или формирования (при отсутствии) системы противовесов и индикаторов, сигнализирующих о принятии решения или совершения некоторого действия под влиянием эмоций, давлением коллектива или иных внешних (внутренних) раздражителей: например, если речь идет о совершении юридически значимых действий (открытие кредита, совершение сделок купли-

продажи дорогостоящего имущества) необходимо ввести «период остывания» (как правило 24-30 часов) для самопроверки клиентом реальной потребности в том или ином благе.

В случае когнитивного заблуждения, основанного на авторитете или статуса эксперта, необходимо проводить периодическое тестирование таких индивидов на трезвость мышления и соответствие их знаний актуальным требованиям, в противном же случае, осуществлять регулярную отправку их на повышение квалификации.

Для нейтрализации возможного влияния искажения, именуемого «эффектом игрока», следует понимать, что каждый человек совершает одно и то же действие по-разному, даже при условии строгого нормирования порядка его осуществления, поэтому ожидание шаблонного копирования результатов, например, из опыта предшествующего сотрудника, чревато переоценкой (реже – недооценкой) результатов нового игрока, а отсюда следует необходимость разработки индивидуальных KPI для диагностирования продуктивности работы.

Результаты исследования, представленные в данной публикации, не являются окончательными, для конкретизации механизмов и инструментов управления когнитивными искажениями необходима их видовая детализация в привязке к организационным, регуляторным и корпоративным особенностям культуры внутри отрасли и конкретного бизнеса, что позволяет говорить о перспективности развития темы исследования в дальнейших публикациях практико-ориентированного (прикладного) характера.

**Заключение.** По результатам научной публикации авторами было установлено, что все когнитивные искажения могут быть классифицированы по следующим функциональным группам: риск, рациональность, информация, время, нормы и правила, неформальные обычаи. Основными причинами возникновения искажений являются: переизбыток информации; сложность понимания мира; необходимость быстрого реагирования; якорная стратегия выбора информации для запоминания.

В цифровой экономике когнитивные искажения формируются и определяются влиянием следующих особенностей ее функционирования: трансформация информации в самостоятельный товар, который торгуется наравне с физическими благами; глубокая персонализация потребительской ценности товара (услуги), которая происходит из индивидуального диалога продавца и покупателя, протекающего в информационном поле соответствующей инфраструктуры; формирование бесшовных связей между бизнесом и клиентом через цифровую инфраструктуру и постепенное внедрение в сознание индивида идеи партнерства бизнеса и общества; экспоненциальное развитие информационных технологий и тотальное проникновение гаджетов в жизнь индивидов сформировал новый деструктивный институт социальной инженерии; активное циркулирование идеи «человека-функции» в условиях нарастания степени присутствия умных гаджетов (роботов) и постоянной информационной перегрузки индивида.

#### Список источников

1. Боброва Л.А. Когнитивные искажения. (Обзор) // Отечественная и зарубежная литература. Серия 3 : Философия. - 2021. -№ 2. - С. 69-79. DOI: 10.31249/rphil/2021.02.04.
2. Курпатов, А.В. Мышление. Системное исследование [Текст] : [16+] / Андрей Курпатов. - Москва : Капитал, 2018. – 642 с.
3. Cushman, F. (2019). Rationalization is rational. *Behavioral and Brain Sciences*. <https://doi.org/10.1017/S0140525X19001730>
4. Миллион гигабайт в человеческой памяти (15/02/2016) [Электронный ресурс] – URL: [https://www.gazeta.ru/science/2016/02/15\\_a\\_8071385.shtml](https://www.gazeta.ru/science/2016/02/15_a_8071385.shtml) (дата обращения: 01.10.2023, режим доступа: свободный).
5. Goldstein D.G. Models of ecological rationality: the recognition heuristic / D.G. Goldstein, G. Gigerenzer. *Psychological review*. - 2002. - Vol. 109. - № 1. - P. 75.
6. Попова В.Д., Тимкина Ю.Ю. Основные подходы к принятию решений // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 7 (121). Ч.3. С. 187 – 190.

7. Кашапова, Э.Р., Рыжкова, М.В. Когнитивные искажения и их влияние на поведение индивида // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2015. № 2 (30). С. 15-26.
8. Тарасов, И.В. Индустрия 4.0: понятие, концепции, тенденции развития // Стратегии бизнеса. 2018. №6 (50). С. 57 – 63.
9. Иванов, В.В., Малинецкий, Г.Г. Цифровая экономика: мифы, реальность, перспектива. – М. : Управление научно-издательской деятельности РАН, 2017. – 64 с.
10. Якорное смещение и эффект дезинформации: как когнитивные искажения определяют выбор (02.11.2022) [Электронный ресурс] – URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/480596-akornoe-smesenie-i-effekt-dizinformacii-kak-kognitivnye-iskazenia-opredelaut-vybor> (дата обращения: 02.10.2023, режим доступа: свободный).
11. Любовница с процессором Кому нужны секс-роботы и чем они могут быть опасны (19.07.2017) [Электронный ресурс] – URL: <https://lenta.ru/articles/2017/07/19/sexbots/> (дата обращения: 01.10.2023, режим доступа: свободный).
12. Что такое гринвошинг: как отличить настоящую экопродукцию от «зелёного» пиара (12.08.2021) [Электронный ресурс] – URL: <https://green.reo.ru/articles/tpost/to1nakk2d1-что-такое-grinvoshing-kak-otlichit-nast> (дата обращения: 03.10.2023, режим доступа: свободный).
13. Осторожно, мошенники! Принципы действия социальной инженерии и методы защиты (05.06.2023) [Электронный ресурс] – URL: <https://www.cibit.ru/news/05-06-23/> (дата обращения: 04.10.2023, режим доступа: свободный).
14. Семь причин, почему роботы в доме — это опасно (06.07.2016) [Электронный ресурс] – URL: <https://naked-science.ru/article/top/sem-prichin-pochemu-roboty-v-dome-eto> (дата обращения: 05.10.2023, режим доступа: свободный).

### References

1. Bobrova L.A. Cognitive distortions. (Review) // Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Series 3 : Philosophy. - 2021. -№ 2. - С. 69-79. DOI: 10.31249/rphil/2021.02.04.

2. Kurpatov, A.V. Thinking. Systemic research [Text] : [16+] / Andrey Kurpatov. - Moscow : Kapital, 2018. - 642 с.
3. Cushman, F. (2019). Rationalization is rational. Behavioral and Brain Sciences. <https://doi.org/10.1017/S0140525X19001730>
4. One Million Gigabytes in Human Memory (15/02/2016) [Electronic resource] - URL: [https://www.gazeta.ru/science/2016/02/15\\_a\\_8071385.shtml](https://www.gazeta.ru/science/2016/02/15_a_8071385.shtml) (access date: 01.10.2023, access mode: free).
5. Goldstein D.G. Models of ecological rationality: the recognition heuristic / D.G. Goldstein, G. Gigerenzer. Psychological review. - 2002. - Vol. 109. - № 1. - P. 75.
6. Popova, V.D.; Timkina, Y.Y. Basic approaches to decision-making // International Research Journal. 2022. № 7 (121). PART 3. P. 187 - 190.
7. Kashapova, E.R., Ryzhkova, M.V. Cognitive distortions and their influence on the behavior of an individual // Bulletin of Tomsk State University. Economics. 2015. № 2 (30). С. 15-26.
8. Tarasov, I.V. Industry 4.0: concept, concepts, development trends // Strategies of Business. 2018. №6 (50). С. 57 - 63.
9. Ivanov, V.V., Malinetsky, G.G. Digital economy: myths, reality, perspective. - Moscow : Management of scientific and publishing activities of the Russian Academy of Sciences, 2017. - 64 с.
10. Anchor shift and the effect of misinformation: how cognitive is- cations determine the choice (02.11.2022) [Electronic resource] - URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/480596-akornoe-smesenie-i-effekt-dizinformacii-kak-kognitivnye-iskazeniya-opredelaut-vybor> (date of address: 02.10.2023, access mode: free).
11. Mistress with a processor Who needs sex robots and how they can be dangerous (19.07.2017) [Electronic resource] - URL: <https://lenta.ru/articles/2017/07/19/sexbots/> (access date: 01.10.2023, access mode: free).
12. What is greenwashing: how to distinguish real eco-products from "green" PR (12.08.2021) [Electronic resource] - URL: <https://green.reo.ru/articles/tpost/to1nakk2d1-cto-takoe-grinvoshing-kak-otlichit-nast> (access date: 03.10.2023, access mode: free).

13. Beware, swindlers! Principles of social engineering and methods of protection (05.06.2023) [Electronic resource] - URL: <https://www.cibit.ru/news/05-06-23/> (date of address: 04.10.2023, access mode: free).

14. Seven reasons why robots in the house - it is dangerous (06.07.2016) [Electronic resource] - URL: <https://naked-science.ru/article/top/sem-prichin-pochemu-roboty-v-dome-eto> (access date: 05.10.2023, access mode: free).

**Для цитирования:** Лоскутов Д.М., Сторчевой М.А. Место и роль когнитивных искажений в цифровой экономике: теоретический обзор // Московский экономический журнал. 2023. № 10. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-10-2023-32/>

© Лоскутов Д.М., Сторчевой М.А., 2023. Московский экономический журнал, 2023,

№ 10.